

A stylized, grey, circular logo resembling the letter 'C' with a white square cutout in the center. The logo is positioned to the left of the word 'Presentación'.

Presentación

¿Una tercera etapa en los estudios de las nuevas mediatizaciones?

JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ

Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad mediatizada
Año IV, # 9, Primer semestre 2013
Buenos Aires ARG | Págs. 10 a 12

Al recorrer el índice de este ejemplar de L.I.S. tal vez lo que más llame la atención es la convivencia de trabajos sobre *viejas* y *nuevas* mediatizaciones. Si bien permanece la preocupación sobre los temas del espacio urbano y sus conflictos (catástrofes, eventos, vecindades, etc.) se suceden artículos que analizan materiales provenientes de entrevistas tradicionales, diarios y revistas barriales en papel, un movimiento propio de las *nuevas mediatizaciones* como el *Yo soy 132* y así siguiendo. Nunca propusimos aquí en exclusividad el estudio de lo novedoso pero los diferentes niveles parecen hacer sistema ahora de una manera distinta.

10

Tal vez las idas y vueltas de la denominada *primavera árabe*, difícilmente reivindicable en su conjunto, las dificultades de los gurúes para alinearse políticamente frente a los nuevos movimientos de masas con base en el *networking* y el hecho de que ya contamos con resultados de investigaciones empíricas que muestran algunos resultados sorprendentes esté generando un nuevo momento en las relaciones entre medios y espacios sociales.

Para situar ese posible nuevo momento —y más allá de que deberá hacerse una periodización más prolija, detallada y significativa— podemos hacer un primer esbozo de una periodización de las relaciones entre las nuevas mediatizaciones y su estudio, al menos desde el punto de vista de las corrientes y autores que más han influido sobre nosotros.

Lo primero que hay que reconocer, es que la llegada de las nuevas tecnologías activó el universo de estudios sobre los *medios* y las *mediatizaciones*. Luego del gran éxito de las proposiciones de Dorffman y Mattelart en Latinoamérica y el desembarco masivo en las nuevas carreras de comunicación de las teorías de Frankfurt y la sucesión *habermasiana*, los estudios sobre los medios quedaron confinados a los seguidores de McLuhan, que hicieron un recorrido propio, y a ciertos semióticos como Eco, Metz, Verón. En la

Argentina, Steimberg y Traversa sostuvieron la producción local desde una semiótica de los medios, pero también hubo en nuestro país una corriente muy fuerte de estudio liderada, entre otros, por Aníbal Ford, Jorge B. Rivera, Eduardo Romano, etc. Ellos mantuvieron vivo el interés por los medios y estos últimos rápidamente se articularon con la presencia fundamental, para mantener la llama en Latinoamérica, de Jesús Martín Barbero y su fructífera, aunque discutida, diferenciación entre *medios* y *mediaciones*.

Las *nuevas tecnologías* interviniendo en la comunicación social, aunque no obligaron a incorporar, como veremos, todas las problemáticas previas, trajeron los problemas de la mediatización, sus características y usos, nuevamente al centro de la escena de la discusión cultural y social.

Tal vez la primera etapa del estudio de las nuevas mediatizaciones es aquella en que autores fundantes como Toffler, Negroponte, Verón, etc. comenzaron a anunciar la importancia de lo digital, la conectividad y las nuevas posibilidades de *acceso* a la información, antes depositada en los diversos modos de impresión sobre papel. En términos generales, fue el momento del anuncio de la revolución tecnológica y la concreción de una nueva etapa del capitalismo, basada definitivamente en la información y el conocimiento y una nueva posición del sujeto en la red: la del *prosumidor*.

- 11 La segunda etapa de estudios sobre las nuevas mediatizaciones es la del desarrollo de las *redes sociales mediatizadas* y sus poderosas consecuencias sobre la cultura. En ciertos y muchos sentidos es nuestra época. Jenkins, Castells, Piscitelli, etc. anunciaron y anuncian los resultados revolucionarios del crecimiento de las redes, de la interacción, de la movilidad. Sin dudas es nuestra época porque todo es muy reciente. *Convergence Culture* es del 2006, el *i-Phone* se presentó en el 2007, el gran salto de BlackBerry fue en el 2009 y el entusiasmo de Castells por la *primavera árabe* fue en el 2011. Todo está pasando *ahora*.

Sin embargo, el avance en los usos extendidos de esas nuevas tecnologías, su progresiva especialización, las novedosas áreas de convergencia y, también y muy especialmente, la presentación de resultados de investigaciones empíricas que nos llegan o que vamos obteniendo, nos van situando frente a una visión más suavizada sobre el rango y la profundidad que va alcanzando la transformación en las mediatizaciones. Algunas conclusiones provisionarias desde nuestro conocimiento sobre el estado actual de esas mediatizaciones:

- > En las nuevas mediatizaciones, el *networking* convive con el *broadcasting*, están en tensión, algunas veces compiten, otras tienen vidas independientes pero en muchas ocasiones se complementan y no siempre otorgando la hegemonía a lo *nuevo* sobre lo *viejo*.
- > Si bien existe la posibilidad de publicar/emitar para todos los partícipes de las redes, sólo una minoría (aunque sea muy extensa) se convierte en emisora y la gran mayoría sigue siendo *audiencia*, aunque con particularidades a seguir describiendo.
- > La relación entre *nuevas mediatizaciones* y política no ha resultado linealmente *democratizadora*; la denominada *primavera árabe*, ni ha sido demasia-

Lis

Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada.

do primaveral ni el uso de las redes ha estado solamente del lado en que los occidentales consideraron lo democrático.

- > Hay fenómenos muy novedosos en la web, como *Vorterix.com* que, sin embargo, no son fenómenos de *networking* sino casos de *broadcasting* multimedia y multigénero.
- > Etc.

Como resultado de estas conclusiones entre otras, los investigadores y teóricos de las mediatizaciones ya no estamos a la vanguardia de los fenómenos sociales mediatizados, anunciando las buenas nuevas y pronosticando las nuevas épocas, sino que, otra vez, seguimos el desarrollo del devenir histórico que estudiamos, describiendo los nuevos hechos y tratando de encontrar las nuevas explicaciones, mientras ajustamos nuestras herramientas de observación, de análisis y de presentación de resultados.

12

En ese sentido, tal vez este número de L.I.S. esté a la vanguardia de esa posición de retaguardía, al menos parcial, en que ubica la aplicación extensa y sucesiva de las nuevas mediatizaciones a los trabajos de investigación y reflexión sobre ellas.